

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN  
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh:

**ISLAMI NURUL HIDAYATI**  
**2015210821**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2019**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Islami Nurul Hidayati  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 15 Juni 1997  
N.I.M : 2015210821  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan  
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 15 Maret 2019



(Dr. Dra.Ec. Wiwik Lestari, M.Si)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,  
Tanggal : 21 Maret 2019



(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D)

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN  
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI**

Islami Nurul Hidayati  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : [2015210821@students.perbanas.ac.id](mailto:2015210821@students.perbanas.ac.id)  
Pumpungan Masjid 16 Surabaya

**ABSTRACT**

*Company value is the selling value of the company that is running. Company value is an important indicator for investors to assess the company as a whole. The purpose of this study was to study the effect of Corporate Social Responsibility on firm value on companies listed on the Indonesia Stock Exchange with profitability as a moderating variable. This study collected data using secondary data, namely the financial statements of companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2014-2017. The results of the study show that: 1) Corporate Social Responsibility does not affect positively and not significantly on the value of the company. 2) The moderating variable namely Return On Asset cannot be implemented because Corporate Social Responsibility does not require and is not significant.*

**Keyword : Corporate Social Responsibility, Return On Asset, firm value.**

**PENDAHULUAN**

Menurut (Hardiningsih, 2009) tujuan perusahaan menurut pandangan manajemen keuangan pada dasarnya adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula shareholdersnya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Menurut (Yendrawati, 2013) semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukan prospek perusahaan di masa yang akan datang, jadi semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.

Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi akan menumbuhkan rasa kepercayaan dari pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan tersebut maupun dari masyarakat luas. Hal ini disebabkan karena

nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik.

Menurut Putri dan Raharja, nilai perusahaan adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui berapa harga saham dari perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan maka perusahaan tersebut harus meningkatkan kepercayaan dari konsumen dan melakukan kegiatan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah penerapan program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Pada era bisnis modern, program CSR yang ideal yaitu merupakan bagian dari investasi perusahaan dalam rangka mendukung *sustainability*. Dengan demikian, CSR tidak semata aktivitas *charity* atau bantuan sosial. Pada beberapa

tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya.

Variabel CSR digunakan sebagai variabel independen karena berdasarkan dengan teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial kepada para *stakeholders*. Hal ini menunjukkan bahwa pasar juga memberikan respon yang positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

*Corporate social responsibility* adalah salah satu aktivitas perusahaan, maka setiap kegiatan CSR perlu dipublikasikan kepada pemegang saham. Pemegang saham harus memperoleh informasi bagaimana perusahaan memanfaatkan dana untuk kegiatan CSR, yaitu dengan cara laporan tahunan perusahaan. Hasil dari pengungkapan CSR ini merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan dan orang di luar perusahaan. Dengan adanya pelaporan tersebut, *stakeholder* maupun *shareholder* akan menilai kalau perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan dan masalah sosial di sekitar perusahaan.

Dalam penelitian ini digunakan Profitabilitas sebagai variabel *moderating* karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Menurut (Kasmir, 2014) *Return On Assets* adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur efisiensi dari sebuah perusahaan dalam penggunaan sumber daya dan dalam alokasi. Dengan menggunakan rasio ROA sebuah perusahaan dapat dinilai apakah perusahaan tersebut sudah efisien dalam memanfaatkan asset keseluruhan maupun

modal dari pemilik saham dalam kegiatan operasional perusahaan.

Hasil penelitian (Handriyani, 2013) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel *moderating* tidak dapat mempengaruhi hubungan profitabilitas pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Cecilia dan Torong, 2015) Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara individu *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian hasil penelitian di atas yang tidak konsisten, peneliti tertarik menguji kembali sehingga hasil penelitian akan mempertegas atau memperkuat teori yang ada, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.

## **KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

### **Signaling Theory**

*Signaling theory* adalah teori yang membahas tentang naik turunnya harga di pasar seperti harga saham, obligasi, dan sebagainya, sehingga akan memberi pengaruh pada keputusan investor. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif adalah sangat mempengaruhi kondisi pasar, mereka akan bereaksi dengan berbagai dengan cara dalam mnanggapi sinyal tersebut, seperti memburu saham yang dijual atau melakukan tindakan dalam bentuk tidak bereaksi seperti "*wait and see*" atau tunggu dan lihat dulu perkembangan yang ada baru kemudian mengambil tindakan (Fahmi, 2015).

Menurut Tandelilin (2010, p. 579), teori sinyal ini berasumsi bahwa informasi asimetri yang terjadi di pasar menyebabkan harus melakukan koreksi informasi dengan cara memberikan tindakan nyata dan secara jelas akan ditangkap sebagai signal yang membedakan dari lainnya. Dampak dari kesalahan sinyal justru akan menyebabkan respon yang negatif lebih besar dibandingkan respon positif pada saat mengirimkan sinyal yang salah terhadap pasar.

### **Stakeholder theory**

Menurut Ghazali Chairiri (2007), mendefinisikan *Stakeholder Theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain).

*Stakeholder* dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. Yang termasuk *stakeholder* primer adalah *shareholder*, pemilik, investor, karyawan maupun konsumen. Sedangkan yang termasuk *stakeholder* sekunder adalah pemerintah, masyarakat umum dan lingkungan. Rustiarni (2010), mendefinisikan "Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham".

Pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya.

Keuntungan atau laba dari perusahaan akan meningkat seiring dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholdernya*. Oleh karena itu, perusahaan tidak bisa meninggalkan tanggung jawab sosialnya karena telah

menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan tersebut (Gita, 2012).

### **Legitimacy Theory**

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Rizha Artha (2013), mendefinisikan teori legitimasi adalah bahwa organisasi selalu mencoba meyakinkan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma masyarakat disekitar. Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai sosial yang ada pada kegiatan organisasi dengan norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat.

### **Nilai Perusahaan**

Menurut Putri (2015:3) nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai pasar saham karena nilai perusahaan dapat memberi kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para permodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional.

Menurut (Putri, 2015: 4) *Firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual dimana dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgment*.

### **Corporate Social Responsibility (CSR) dan pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut (Rachman dan Efendi, 2011: 15) CSR merupakan upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk

meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Secara implisit, definisi tersebut berarti mengajak perusahaan untuk bersungguh-sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya bagi umat manusia saat ini. Meminimalkan dampak negatif adalah bagian dari usaha memberikan manfaat dimasa yang akan datang.

Pengertian lain disampaikan oleh (Said 2015: 23), yang menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat diartikan sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikan citranya dimata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal mampu memproduksi dengan baik mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya. *Corporate social responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.

*Corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang, dan lain- lain.

*Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)* menyatakan bahwa

pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya (Kristi, 2012).

Standar yang dipakai oleh perusahaan dalam menjalankan program CSR adalah standar GRI (*Global reporting Initiative*) yang merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Penelitian ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator ini terdapat dalam *Global reporting index* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. indikator kinerja tenaga kerja (*labor practices and decent work*)
2. indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicator*)
3. indikator kinerja lingkungan (*environment performance indicator*)
4. indikator kinerja sosial (*social performance indicator*)
5. indikator kinerja hak asasi manusia (*human right performance indicator*)
6. indikator kinerja produk (*product responsibility performance indicator*)

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diungkap diberikan skor, mengacu kepada indikator kinerja atau item yang



disebutkan GRI-G4 *guideline*. Menurut (Aziz, 2014) GRI merupakan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang paling banyak di pergunakan di dunia kerja dalam rangka mendoroang transparasi yang lebih besar. Kerangka tersebut menetapkan prinsip dan indikator yang dapat di pergunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosialnya.

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Apabila harga saham perusahaan tinggi, maka dapat dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan pengungkapan CSR agar investor tertarik dalam mengambil keputusan untuk investasi. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Retno & Priantinah, 2012).

Perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dan kinerja lingkungan yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keragauan dari investor yang mengakibatkan penurunan harga saham. Dengan *corporate social responsibility* citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas perusahaan semakin tinggi. Seiring dengan meningkatnya loyalitas konsumen, maka penjualan perusahaan juga meningkat, dan diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial dilingkungan sekitarnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arik Novia Handriyani dan Andayani (2013) bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan

penelitian Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa, dan Maria M. Ratna Sari (2013) bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Profitabilitas dan hubungannya dengan CSR terhadap Nilai perusahaan**

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya (Kasmir, 2011:76).

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki perusahaan (Sutrisno, 2012). Tinggi rendahnya ROA tergantung pada pengelolaan asset perusahaan oleh manajemen yang menggambarkan efisiensi dari operasional suatu perusahaan.

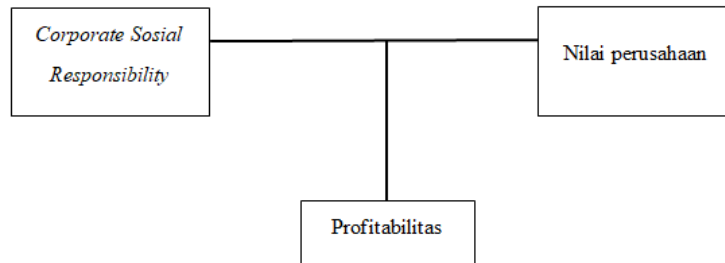
Pengungkapan *Corporate social responsibility* diwujudkan melalui ekonomi lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja perusahaan yang dilakukan dalam memperbaiki lingkungannya, bisa membuat nilai perusahaan semakin meningkat dan membuat investor tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan.

Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. Menurut kusumadilaga (2010) Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Arik Novia Handriyani dan Andayani (2013) bahwa menunjukkan bahwa profitabilitas tidak dapat mempengaruhi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Igan Bayu

Darma Putra dan Made Dege Wirakusuma (2015) bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan CSR pada nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2 : Profitabilitas (ROA) memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa aspek metode penelitian. penelitian ini merupakan penelitian murni karena dilakukan untuk menguji kebenaran teori-teori yang berkaitan dengan nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *corporate social responsibility*. Dalam mengumpulkan data, metode waktu yang digunakan adalah data panel yang merupakan perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan laporan keuangan yang telah dipublikasikan pada tahun 2014-2017. Dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian historis, karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang di publikasikan oleh

Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

### Identifikasi Variabel

Dalam penelitian menggunakan variabel dependen, variabel independen, dan variabel moderasi, diantaranya adalah: 1) Variabel independen (X) atau variabel yang mempengaruhi yaitu *corporate social responsibility*. 2) Variabel dependen (Y) atau variabel yang dipengaruhi yaitu nilai perusahaan. 3) Variabel moderasi yaitu profitabilitas (ROA).

### Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

#### *Corporate social responsibility*

CSR yaitu suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar.

Pengukuran pengukuran CSR yaitu dengan metode *content analysis* yang banyak digunakan oleh peneliti terdahulu dengan mengubah informasi kualitatif menjadi kuantitatif sehingga dapat diolah dalam perhitungan statistik. Caranya dengan menggunakan sistem pemberian skor 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan CSR dan skor 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan



CSR. sistem ini dilakukan dengan cara menyusun daftar item pengungkapan CSR perusahaan sesuai dengan tiap perusahaan. CSR dapat diukur menggunakan rumus

**CSRDI**

$$= \frac{\text{Jumlah item CSR yang diungkapkan}}{91 \text{ item informasi CSR}} \times 100\%$$

### Nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu (Agus Sartono, 2012). Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rumus

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

### Profitabilitas (Variabel Moderasi)

Variabel moderasi adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan, yaitu digunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan rasio Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Return On Assets* (ROA) adalah alat yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aset yang dimiliki yang didapat dari laporan keuangan tahunan perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI, selama periode 2014-2017. Profitabilitas (ROA) dapat diukur menggunakan rumus

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

### Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan publik yang terdaftar

di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel dengan kriteria tertentu yang dapat memberikan data secara maksimal sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2017. 2) Perusahaan pertambangan yang mempublikasikan laporan keuangan periode 2014-2017.

### Data Dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif yang diambil dari laporan keuangan perusahaan (*annual report*) dan *sustainability report*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan atau *annual report* dan *sustainability report* yang diperoleh melalui situs Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam pengolahan adalah regresi sederhana, dimana model ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Pertambangan. Untuk menguji profitabilitas sebagai variabel moderasi yaitu dengan menggunakan uji interaksi. Regresi Yang dilakukan untuk menguji interaksi antar variabel disebut dengan *moderated regression analysis* (MRA).

### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran secara umum variabel pengamatan yaitu *corporate social responsibility*. Sedangkan Menurut (Ghozali, 2016) Uji Statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan memperoleh deskripsi terkait data yang digunakan dalam penelitian dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi (*deviation standar*), varian (*variance*), nilai

minimum, nilai maksimum dan sebagainya. Statistik deskriptif memberikan interpretasi data yang mudah dipahami dan lebih.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel Independen (X) dengan variabel (Y) apakah berpengaruh positif ataupun berpegaruh negatif. Berikut rumus analisis regresi linear sederhana :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

$\alpha$  : Konstanta

$X_1$  : *Corporate Social Responsibility*

$\varepsilon$  : Standard error

### Uji Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model dalam penelitian tersebut fit atau tidak dan dapat memprediksi variabel dependen dengan baik. Suatu model penelitian dapat dikatakan baik apabila hasil dari pengujian F menunjukkan hasil signikannya  $< 0,05$ .

### Uji Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Menurut (Ghozali, 2016):95), Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### Uji Moderasi

Uji moderasi dilakukan dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan analisis yang terdapat unsur interaksi yang digunakan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibilty* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi, dimana hipotesis akan diterima apabila variabel *moderating* mempunyai pengaruh signifikan terhadap hubungan variabel independen dan dependen. Maka persamaan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_3$  = Koefisien regresi

$X_1$  = *Corporate social responsibility*

$X_2$  = Profitabilitas

e = Residual error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Deskriptif

**Tabel 1**  
**Tabel Hasil Uji Deskriptif**

|                       | N  | Minimum | Maximum | Mean     | Std. Deviation |
|-----------------------|----|---------|---------|----------|----------------|
| CSR                   | 88 | 0.044   | 0.956   | 0.28350  | 0.182761       |
| ROA<br>(MODERASI)     | 88 | -0.720  | 0.216   | -0.00170 | 0.143949       |
| Q                     | 88 | 0.247   | 8.124   | 1.21951  | 0.946920       |
| Valid N<br>(listwise) | 88 |         |         |          |                |

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 1, dapat diketahui bahwa pada periode 2014-2017 nilai Tobin's Q terendah berada diposisi 0.247 dan nilai Tobin's Q tertinggi berada di posisi 8.124.

Nilai rata-rata dalam variabel nilai perusahaan berada di posisi 1.21951. Standar deviasi berada pada posisi 0.946920 hal tersebut berarti nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi sehingga

data nilai perusahaan (Tobin's Q) memiliki data bersifat homogen, yang artinya data variabel nilai perusahaan memiliki variasi data yang rendah dengan tingkat kesamaan yang tinggi.

Nilai CSRDI terendah berada pada posisi 0.044 dan Nilai maksimum variabel CSRDI berada diposisi 0.956. Nilai minimum ini dikarenakan perusahaan hanya mengungkapkan beberapa item dari 91 item indikator CSR yang telah ditetapkan. Nilai rata-rata dalam variabel *Corporate Social Responsibility* berada diposisi 0.26286 total sampel dengan nilai CSRDI diatas rata-rata. Standar deviasi sebesar 0.143373. Hal tersebut berarti nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi

sehingga variabel CSR memiliki data yang bersifat homogen, yang artinya bahwa data variabel CSR memiliki variasi data yang rendah dengan tingkat kesamaan yang tinggi.

Nilai ROA terendah sebesar -0.720. Hal tersebut dikarenakan laba bersih mengalami kerugian dan perusahaan belum efektif dalam mengelola aset yang dimilikinya. Sedangkan nilai *Return On Asset* tertinggi sebesar 0.216. Hal itu menunjukkan perusahaan mampu menggunakan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba.

#### Analisis Regresi Sederhana

Berikut hasil pengujian analisis regresi linier sederhana:

**Tabel 2**  
**HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA**

| Model      | B      | Std.Error | Beta   | t     | Sig   |
|------------|--------|-----------|--------|-------|-------|
| (Constant) | 1.214  | 0.136     |        | 8.945 | 0.000 |
| CSR        | -0.328 | 0.454     | -0.080 | -.723 | 0.472 |
| F          |        | 0.523     |        |       | 0.472 |
| Rsquare    |        |           | 0.006  |       |       |

Sumber : SPSS

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1.214 yang artinya variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dalam posisi konstan memiliki nilai besarnya nol, maka nilai perusahaan besarnya 1.214. nilai koefisien regresi linear sederhana *Corporate Social Responsibility* (CRDI) sebesar -0.328 yang miliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan atau rasio Tobin's Q. Jika variabel *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0.328.

#### Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 2 yang dapat dilihat nilai F sebesar 0.523 sedangkan nilai signifikansi sebesar 0.472 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 dikatakan tidak fit karena nilai  $F > 0.05$ .

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil output SPSS versi 16 dalam tabel 4.4 dapat dilihat pada nilai R square sebesar 0.006 dapat diartikan bahwa nilai perusahaan (Tobin's Q) dapat dijelaskan sebesar 0.6 % oleh variabel *Corporate Sosial Responsibility* (CSRDI) sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel.

#### Uji Parsial (Uji t)

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa nilai *Corporate Social Responsibility* signifikansinya sebesar 0.472 lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak yang artinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### Uji Moderasi

Berikut ini hasil dari uji t yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**HASIL UJI t VARIABEL ROA**

| Model      | Unstandardizes<br>coefficients | t      | sig   |
|------------|--------------------------------|--------|-------|
|            | b                              |        |       |
| (Constant) | 1.273                          | 6.695  | 0.000 |
| CSR        | -0.193                         | -0.340 | 0.734 |
| ROA        | -0.383                         | -0.533 | 0.595 |

Sumber : SPSS

Peneliti mencoba menggunakan variabel moderasi yaitu *Return On Aset* sebagai variabel independen untuk mengukur nilai perusahaan. Hipotesis kedua yaitu *Return on asset* sebagai variabel moderasi tidak bisa dijalankan karena hasil dari hipotesis pertama tidak signifikan. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa nilai *Return On Aset* signifikansinya sebesar 0.595 lebih besar dari 0.05.

#### **Pembahasan**

##### **Pengaruh *Corporate Social Reponsibility* terhadap nilai perusahaan**

Dalam penelitian ini, variabel *Corporate Social Reponsibility* mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut karena kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh suatu perusahaan tujuannya agar perusahaan tersebut bisa berjalan dan *survive* dalam jangka panjang, tetapi pada kenyataannya kebanyakan *stakeholder* menganggap bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan pemenuhan ketentuan hukum dari pemerintah Indonesia saja. Mereka menganggap kegiatan CSR tidak menunjang dari kinerja suatu perusahaan bahkan menganggap kegiatan CSR merupakan suatu pemborosan karena dana kegiatan CSR diperoleh dari sebagian laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Investor ketika akan membeli saham tidak melihat program *Corporate Social Reponsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Bahkan Hasil *Corporate Social Reponsibility* menunjukkan pengaruh yang negatif artinya, kegiatan *Corporate Social Reponsibility* dianggap menurunkan nilai perusahaan karena

dengan perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Reponsibility* perusahaan akan mengeluarkan biaya yang menurunkan laba perusahaan.

Hasil penelitian diperkuat dengan adanya Peraturan OJK yang baru dikeluarkan pada tahun 2017 yaitu Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Hal tersebut karena selama ini perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Reponsibility* hanya sebagai patuhan hukum saja. Tujuan dari peraturan ini untuk mengurangi kesenjangan sosial, mengurangi dan mencegah kerusakan lingkungan hidup, menjaga keanekaragaman hayati, dan mendorong efisiensi pemanfaatan energi dan sumber daya alam.

Secara teoritis seharusnya dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Reponsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dengan pengungkapan informasi sosial menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Seharusnya faktor *Corporate Social Reponsibility* dapat menjadi pertimbangan investor dalam berinvestasi, namun dalam penelitian ini para investor tidak merespon atas pengungkapan *Corporate Social Reponsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut karena pengungkapan *Corporate Social Reponsibility* tidak menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan *return* yang tinggi bagi para pemegang saham. Perusahaan hanya menganggap *Corporate Social Reponsibility* kegiatan yang mengeluarkan biaya yang menurunkan laba perusahaan.

## **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderasi *Return on Asset (ROA)***

Variabel *Return on Asset (ROA)* sebagai variabel moderasi tidak bisa dijalankan karena hasil dari penelitian tidak signifikan. Peneliti mencoba menggunakan variabel moderasi yaitu *Return On Aset* sebagai variabel independen untuk mengukur nilai perusahaan.

## **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2017. Total keseluruhan sampel yang digunakan dalam pengujian ini adalah 88 data perusahaan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 2) Variabel profitabilitas (*ROA*) sebagai variabel moderasi tidak bisa dijalankan karena hasil dari penelitian tidak signifikan. Peneliti mencoba menggunakan variabel moderasi sebagai variabel independen untuk mengukur pengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasil menunjukkan tidak signifikan.

Mengingat penelitian yang dilakukan masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan lebih luas serta memperkuat dari hasil penelitian ini dengan beberapa pertimbangan yang ada dalam penelitian ini. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Pada penelitian ini, hasil *R Square* yang diperoleh sangat rendah yaitu hanya 0.6% artinya hubungan variabel independen (*Corporate Social*

*Responsibility*) terhadap nilai perusahaan hanya sebesar 0.6% persen, sedangkan 99.4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang diluar dari variabel dalam penelitian ini.

2. Pada penelitian ini, peneliti kesulitan mencari perusahaan pertambangan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan standar *Global Reporting Initiative*.

Berdasarkan adanya kesimpulan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memperbanyak sampel untuk penelitian dan memperbanyak variabel independen yang lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti *investment opportunity*, pertumbuhan penjualan, kebijakan deviden, keputusan investasi, struktur modal, ukuran perusahaan, komisaris independen, dan lain sebagainya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mengambil data perusahaan mulai tahun 2017. Hal tersebut dikarenakan OJK menerbitkan peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya ditambahkan variabel yang dapat meningkatkan perusahaan pertambangan seperti, kontrol karyawan proyek, kurs, deposit, dsb.
4. Bagi perusahaan, sebaiknya perusahaan lebih baik lagi dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Agus Sartono. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4th ed.). Yogyakarta.
- Bayu, A. N., Putra, D., & Wirakusuma, M. G. (2015). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada

- Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(2), 2302–8556.
- Cecilia, S. R., & Torong, M. Z. B. (2015). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perkebunan Yang Go Public Di Indonesia, Malaysia, dan Singapura*.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Investasi:Teori dan Soal Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali Chairiri. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dan Fekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Eviews8* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IMB SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handriyani, A. N. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 2(5), 1–15.
- Hardiningsih, P. (2009). Determinan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(2), 231–250.
- Kasmir. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kristi, A. A. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility pada Perusahaan Publik Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1, 27. <https://doi.org/ISSN> 2252-6765
- Putri, H. C. M., & Raharja, S. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3), 1–15. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal*, 1(1), 84–103.
- Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, vol 3, 723–738.
- Sutrisno. (2012). *Manajemen keuangan teori, konsep dan aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi:Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kanisius.
- Yendrawati, R. (2013). Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi ( Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia ). *Unisia*, Xxxv(2010).
- [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)





